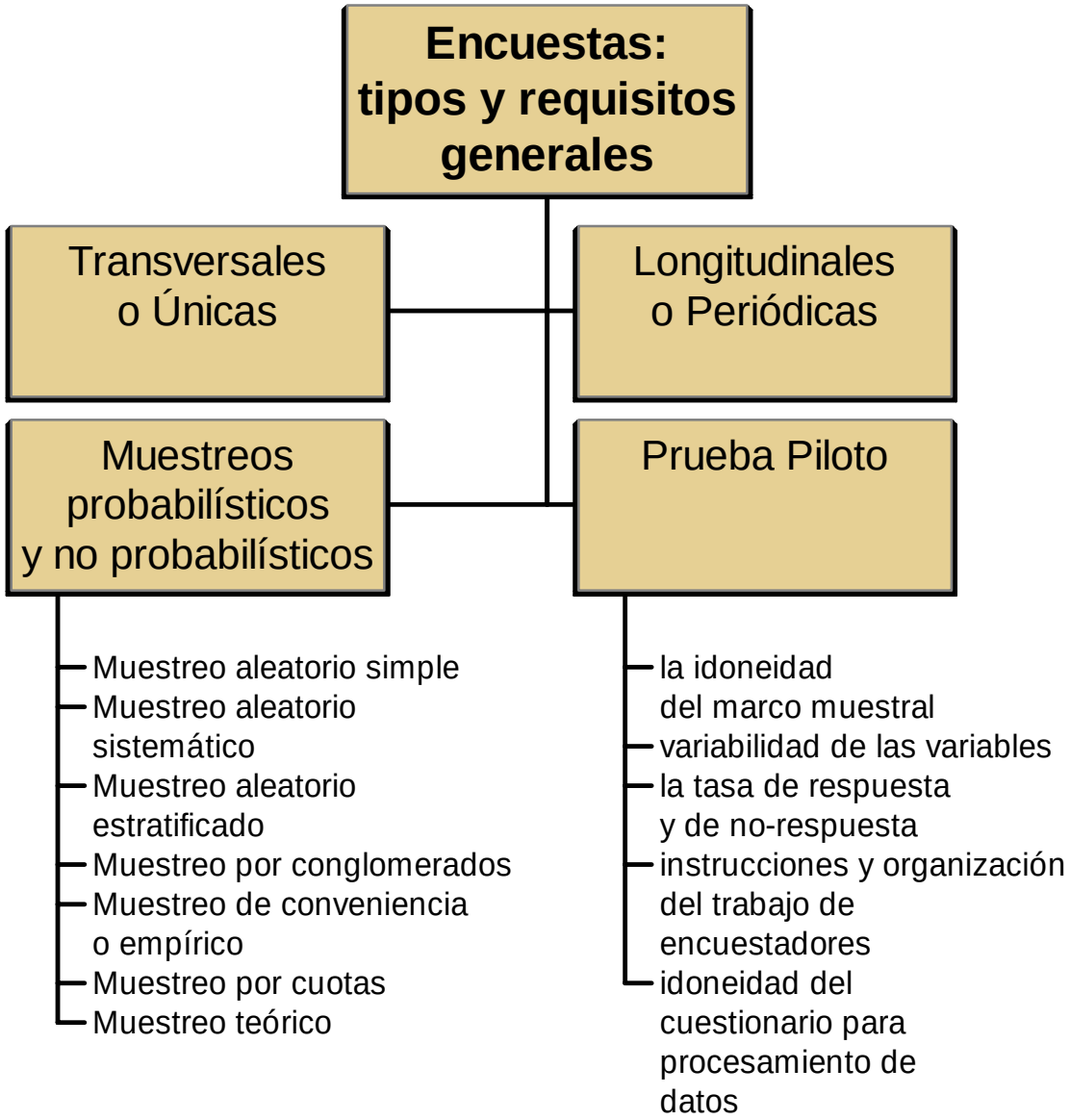
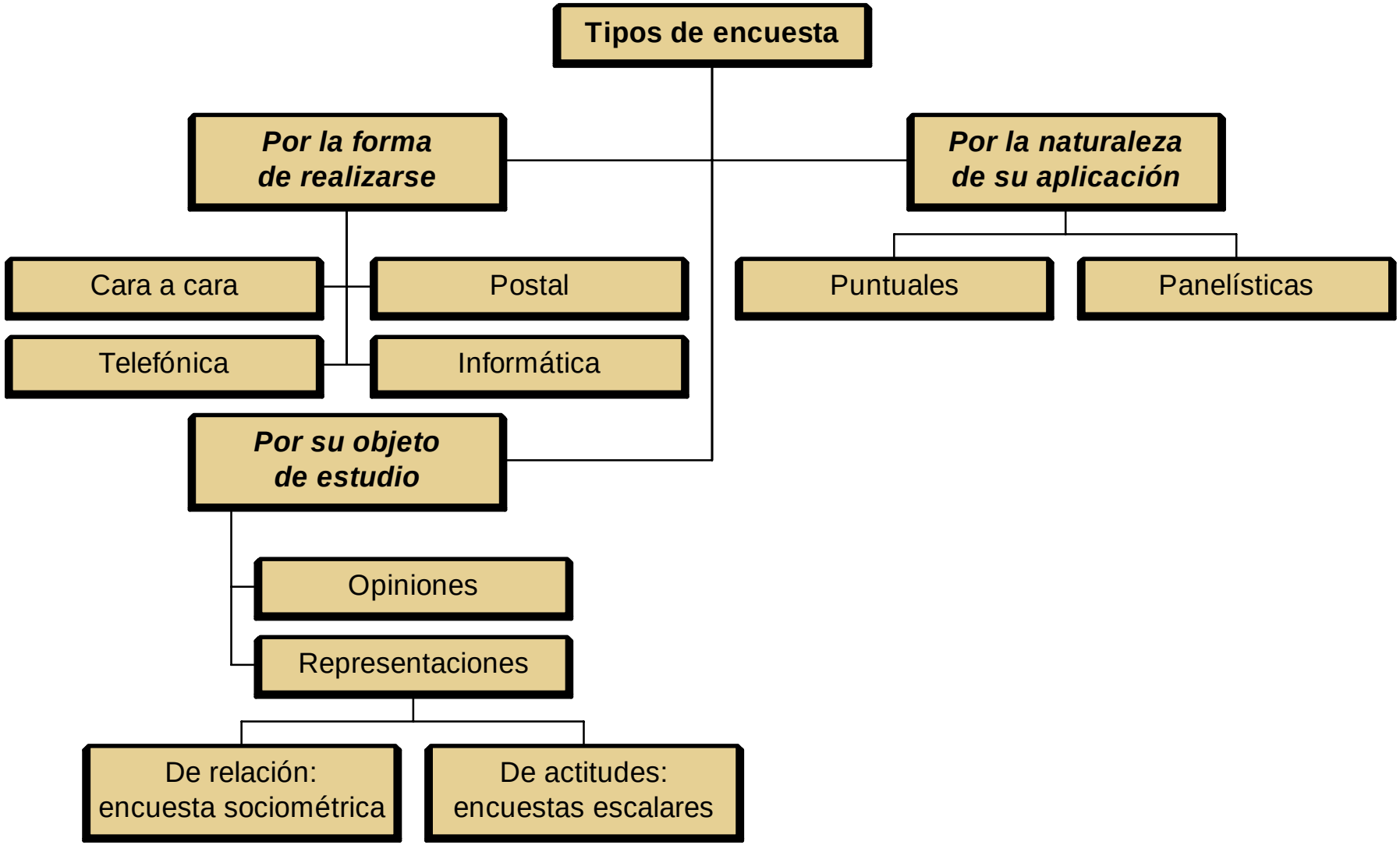
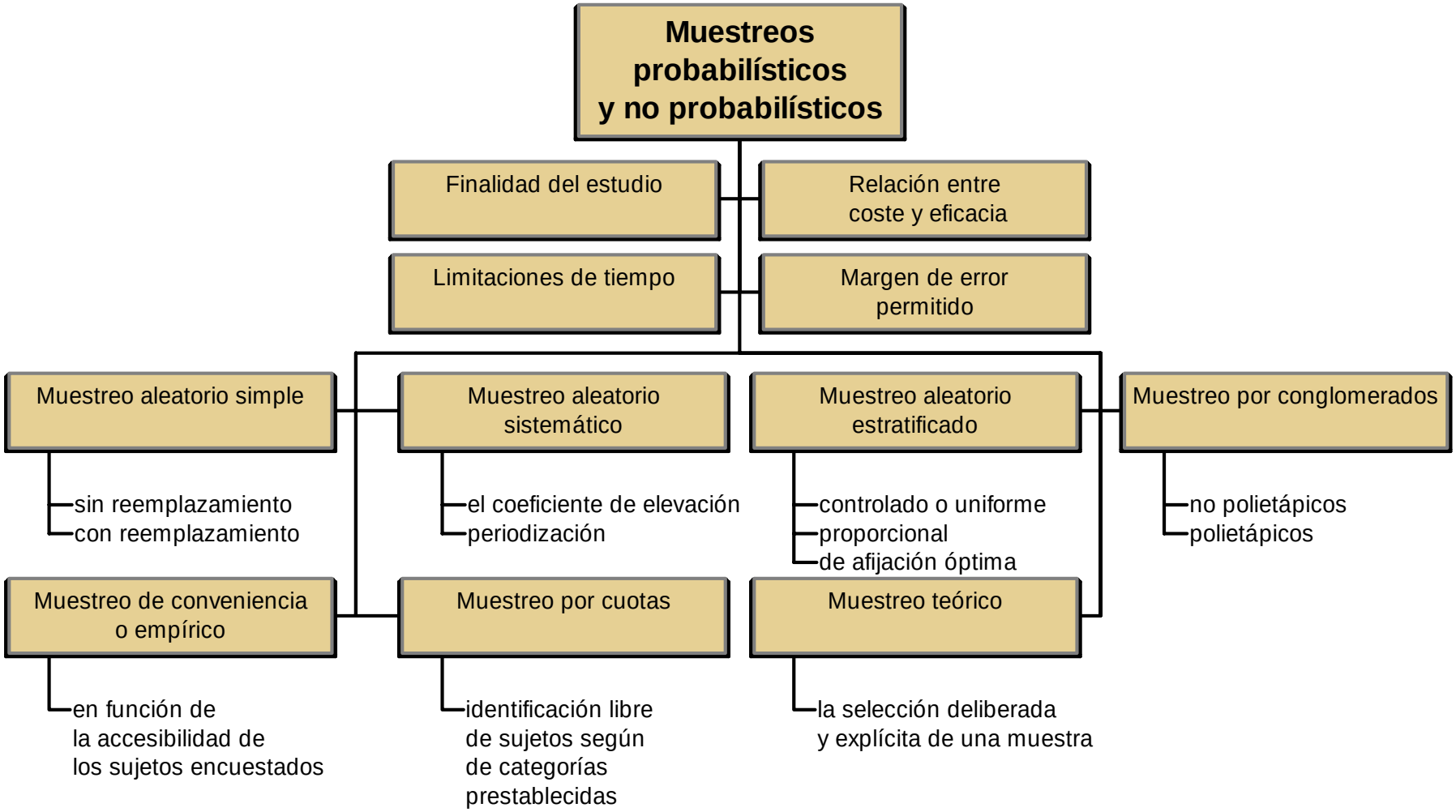

Encuestas: tipos y requisitos generales
Transversales o Únicas
Longitudinales o Periódicas
Muestreos probabilísticos y no probabilísticos
Prueba Piloto
Muestreo aleatorio simple
Muestreo aleatorio sistemático
Muestreo aleatorio estratificado
Muestreo por conglomerados
Muestreo de conveniencia o empírico
Muestreo por cuotas
Muestreo teórico
la idoneidad del marco muestral
variabilidad de las variables
la tasa de respuesta y de no-respuesta
instrucciones y organización del trabajo de encuestadores
idoneidad del cuestionario para procesamiento de datos

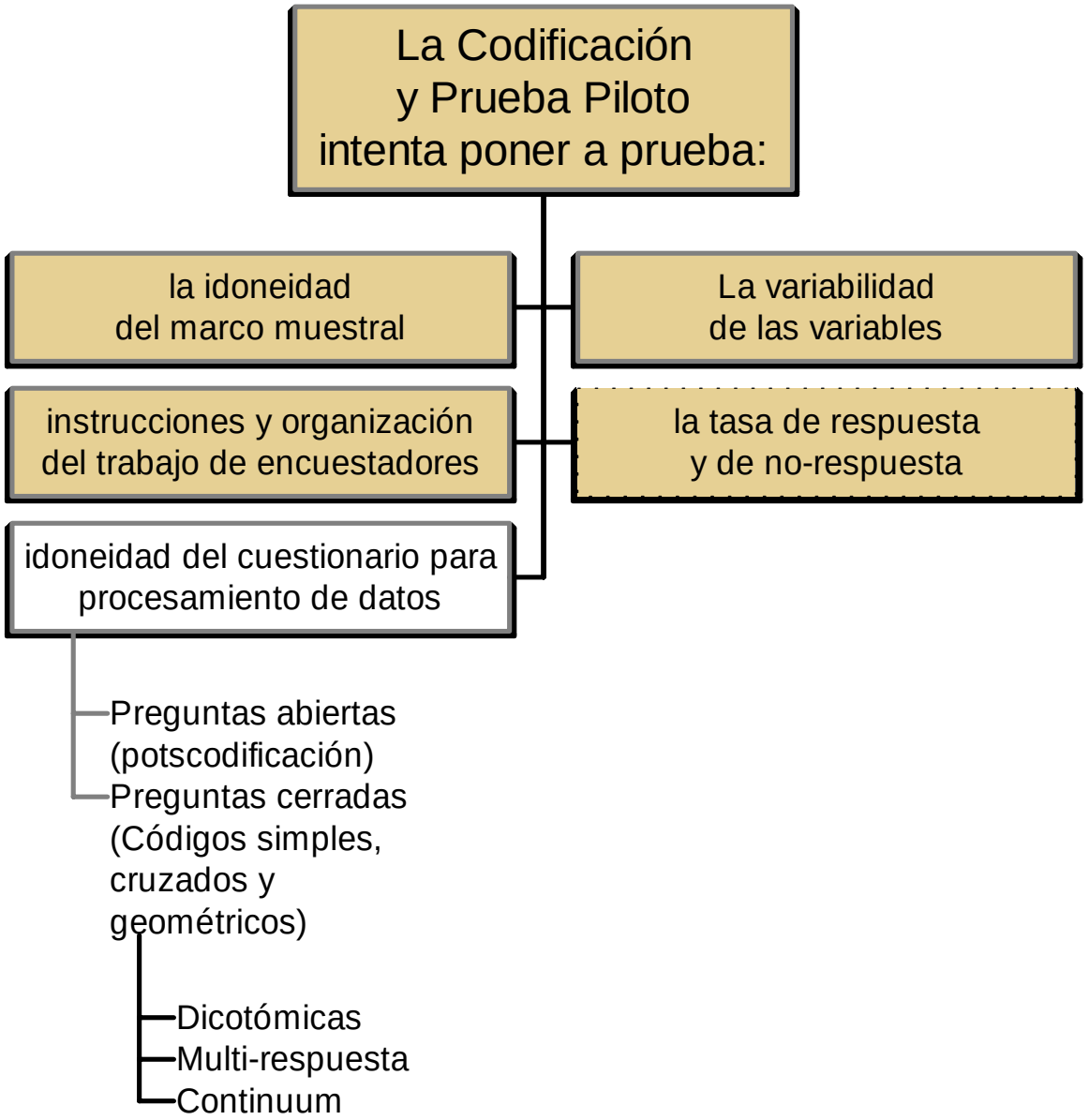
Técnicas de encuesta: tipos



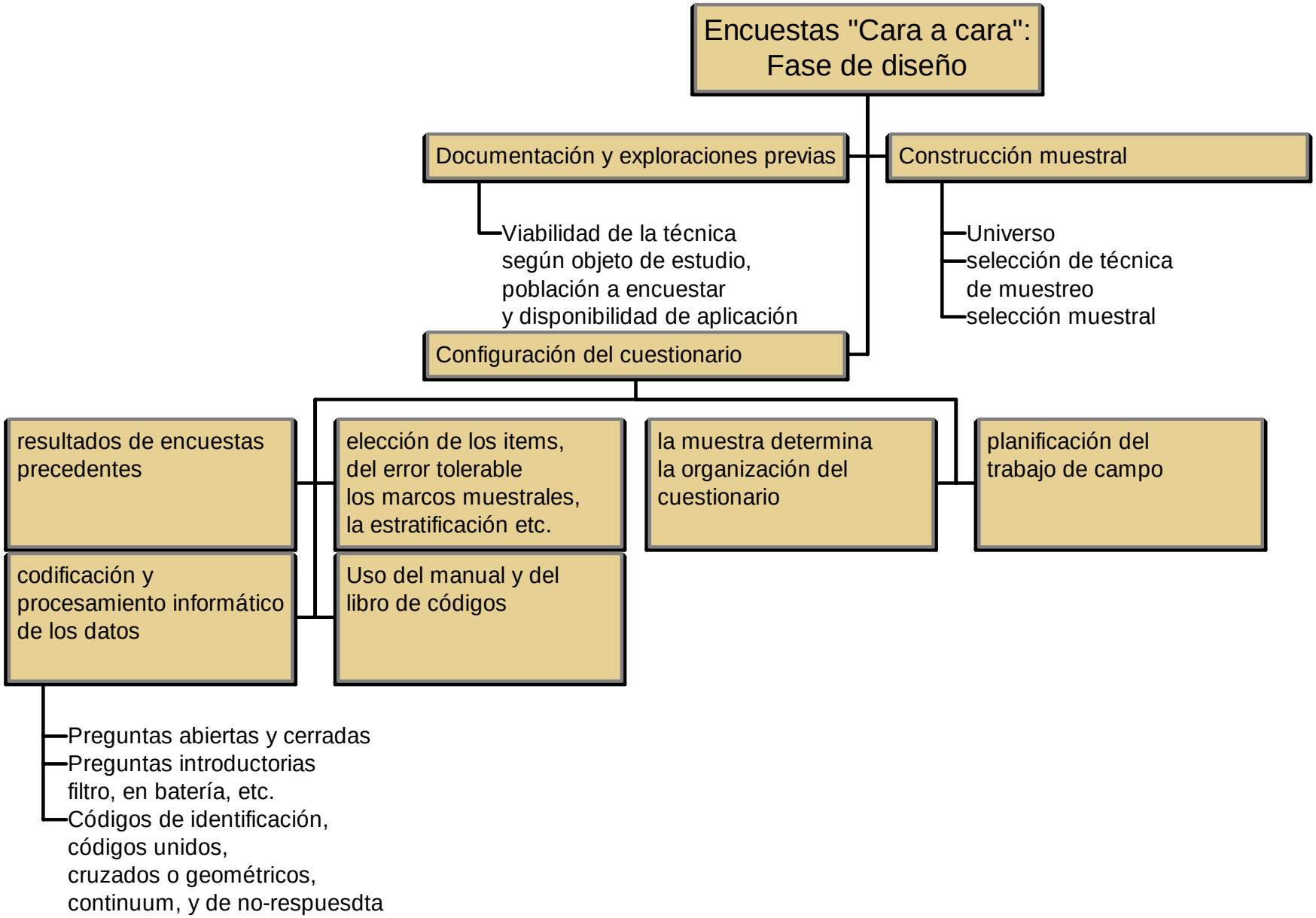
Técnicas de encuesta: muestreo



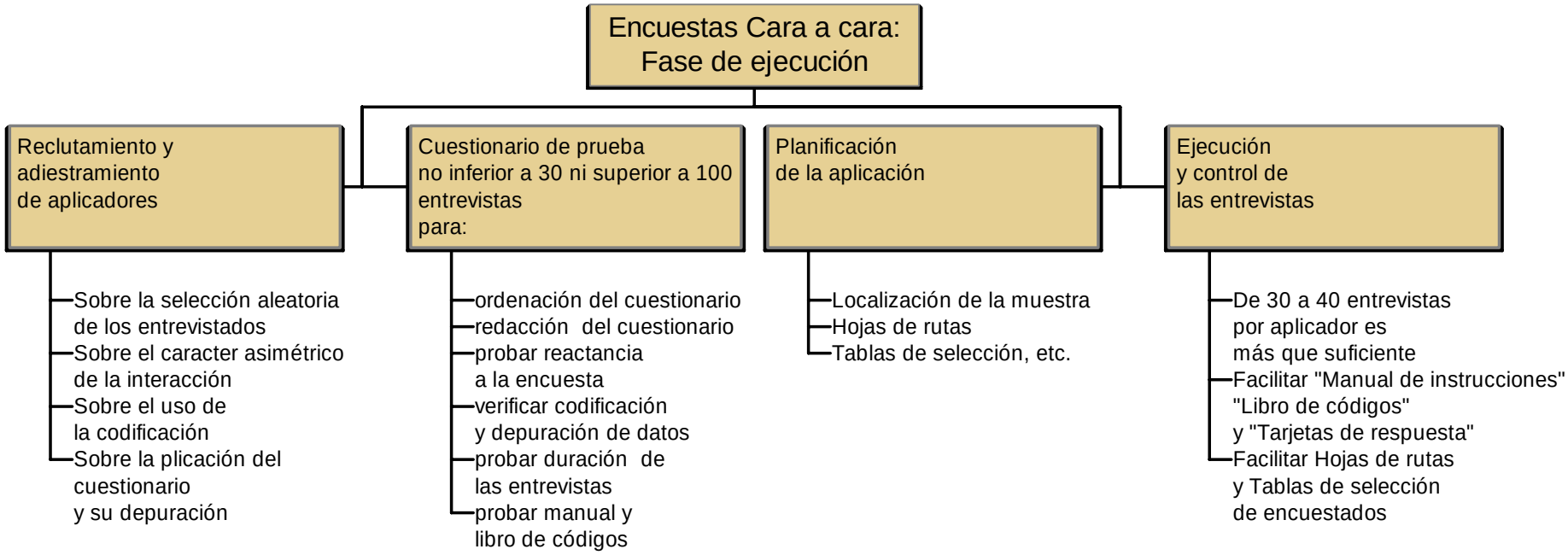
Técnicas de encuesta: codificación y prueba piloto



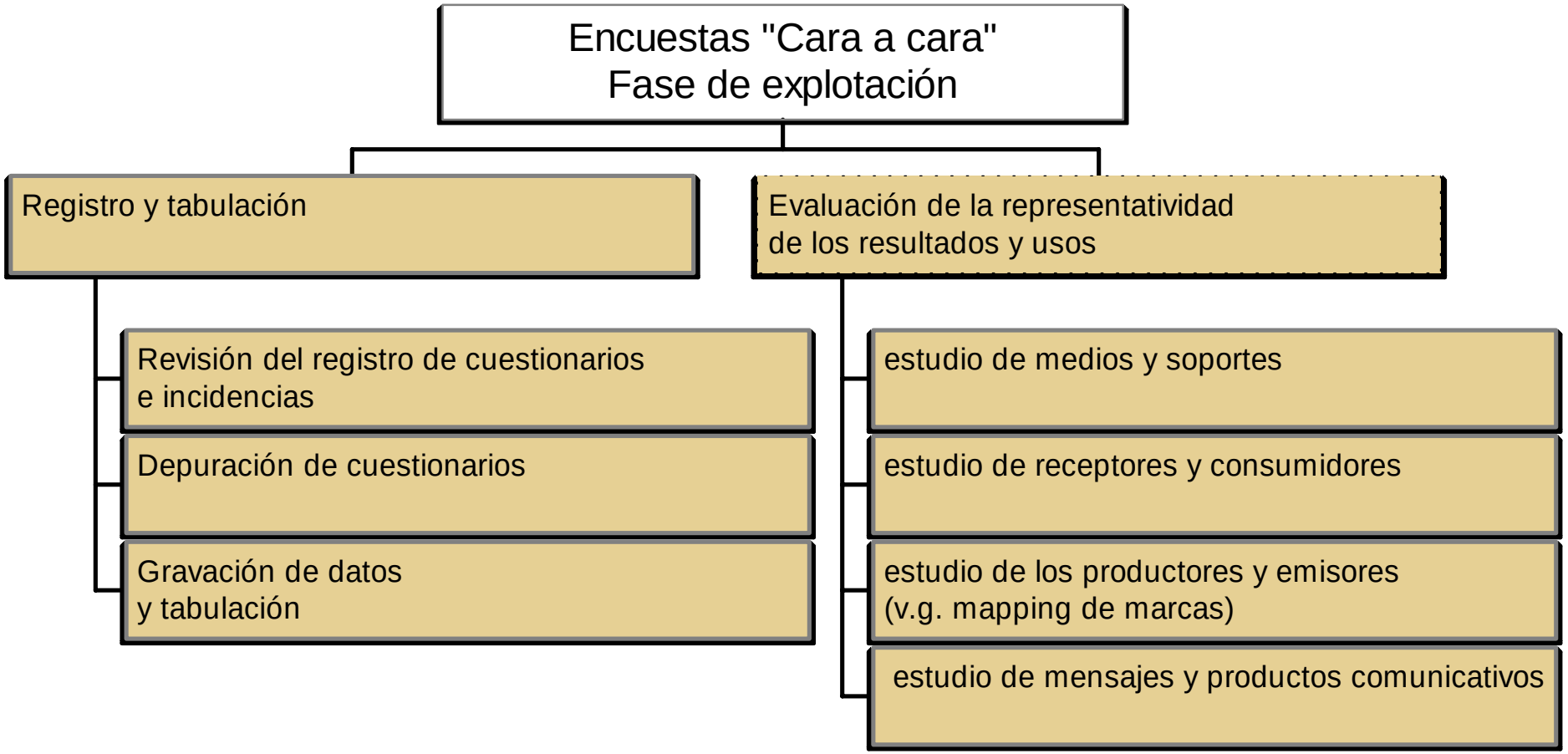
Encuestas según forma de aplicación: la encuesta cara a cara



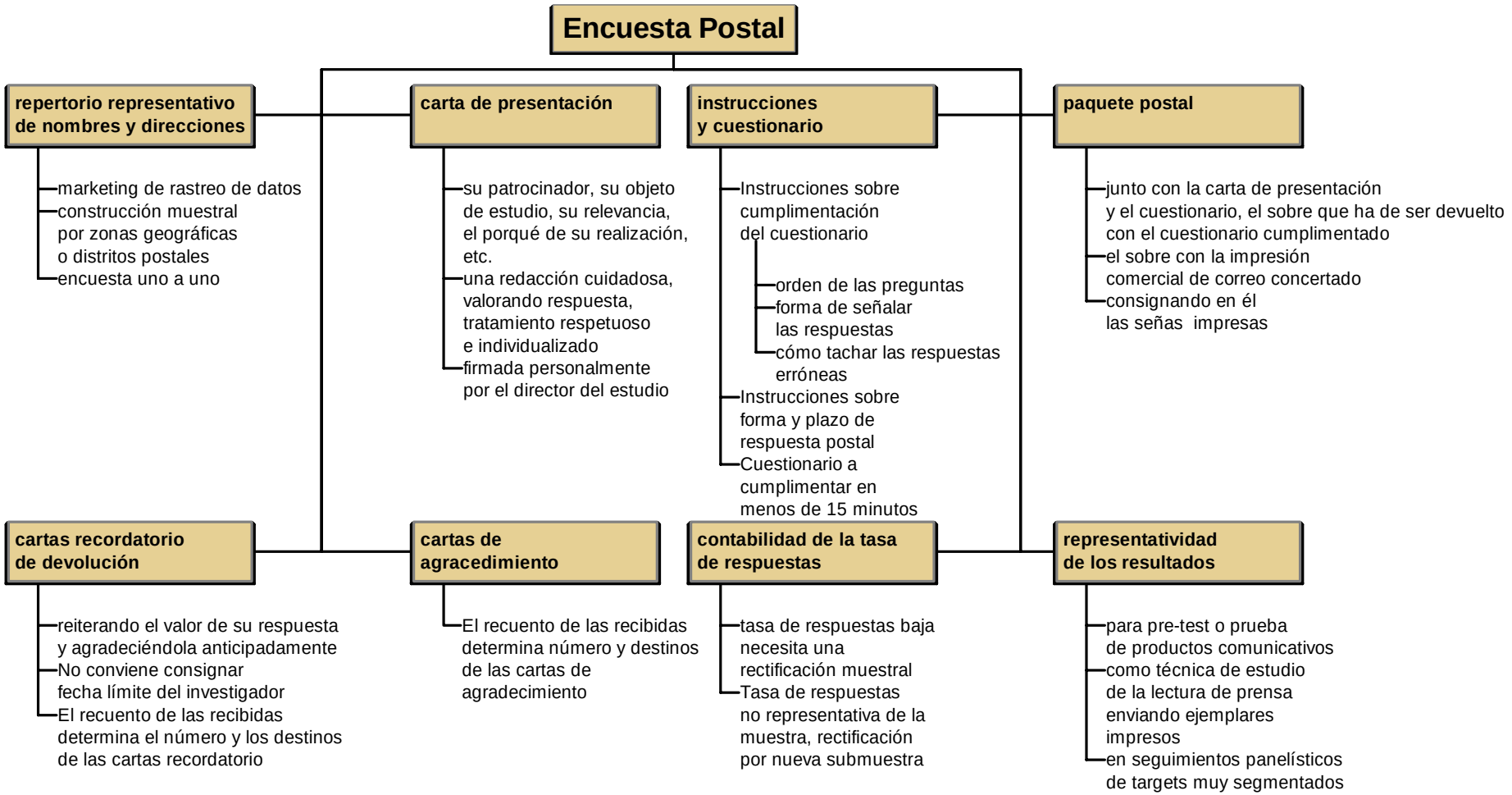
Encuestas según forma de aplicación: la encuesta cara a cara


Encuestas Cara a cara:
Fase de ejecución
Reclutamiento y adiestramiento de aplicadores
Sobre la selección aleatoria de los entrevistados
Sobre el caracter asimétrico de la interacción
Sobre el uso de la codificación
Sobre la plicación del cuestionario y su depuración
Cuestionario de prueba no inferior a 30 ni superior a 100 entrevistas para:
ordenación del cuestionario
redacción del cuestionario
probar reactancia a la encuesta
verificar codificación y depuración de datos
probar duración de las entrevistas
probar manual y libro de códigos
Planificación de la aplicación
Localización de la muestra
Hojas de rutas
Tablas de selección, etc.
Ejecución y control de las entrevistas
De 30 a 40 entrevistas por aplicador es más que suficiente
Facilitar "Manual de instrucciones" "Libro de códigos" y "Tarjetas de respuesta"
Facilitar Hojas de rutas y Tablas de selección de encuestados

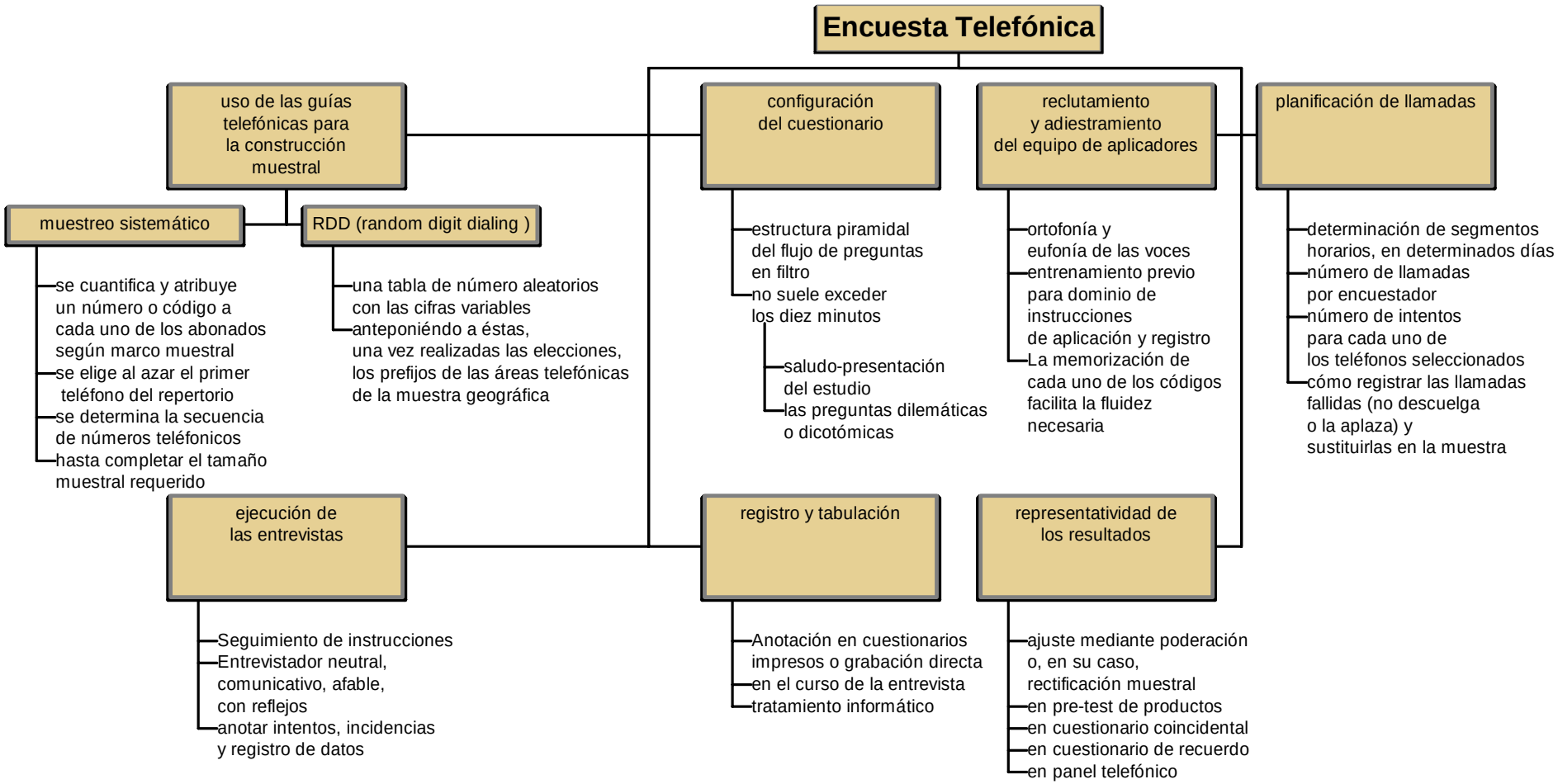
Encuestas según forma de aplicación: la encuesta cara a cara


Encuestas "Cara a cara"
Fase de explotación
Registro y tabulación
Evaluación de la representatividad
de los resultados y usos
Revisión del registro de cuestionarios
e incidencias
Depuración de cuestionarios
Gravación de datos
y tabulación
estudio de medios y soportes
estudio de receptores y consumidores
estudio de los productores y emisores
(v.g. mapping de marcas)
estudio de mensajes y productos comunicativos

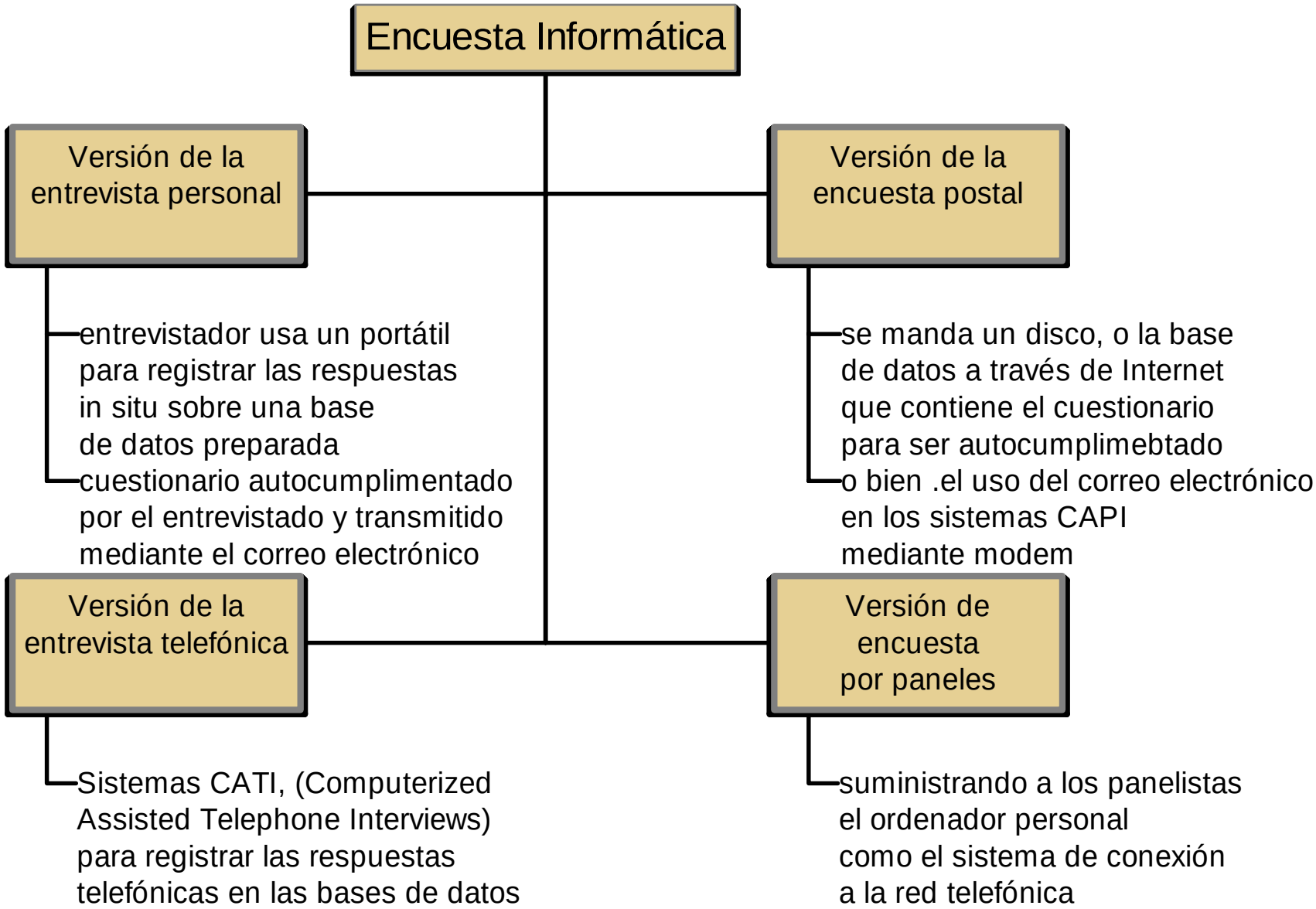
Encuestas según forma de aplicación: la encuesta postal


Encuesta Postal
repertorio representativo de nombres y direcciones
marketing de rastreo de datos
construcción muestral por zonas geográficas o distritos postales
encuesta uno a uno
carta de presentación
su patrocinador, su objeto de estudio, su relevancia, el porqué de su realización, etc.
una redacción cuidadosa, valorando respuesta, tratamiento respetuoso e individualizado
firmada personalmente por el director del estudio
instrucciones y cuestionario
Instrucciones sobre cumplimentación del cuestionario
orden de las preguntas
forma de señalar las respuestas
cómo tachar las respuestas erróneas
Instrucciones sobre forma y plazo de respuesta postal
Cuestionario a cumplimentar en menos de 15 minutos
paquete postal
junto con la carta de presentación y el cuestionario, el sobre que ha de ser devuelto con el cuestionario cumplimentado
el sobre con la impresión comercial de correo concertado
consignando en él las señas impresas
cartas recordatorio de devolución
reiterando el valor de su respuesta y agradeciéndola anticipadamente
No conviene consignar fecha límite del investigador
El recuento de las recibidas determina el número y los destinos de las cartas recordatorio
cartas de agracedimiento
El recuento de las recibidas determina número y destinos de las cartas de agradecimiento
contabilidad de la tasa de respuestas
tasa de respuestas baja necesita una rectificación muestral
Tasa de respuestas no representativa de la muestra, rectificación por nueva submuestra
representatividad de los resultados
para pre-test o prueba de productos comunicativos
como técnica de estudio de la lectura de prensa enviando ejemplares impresos
en seguimientos panelísticos de targets muy segmentados

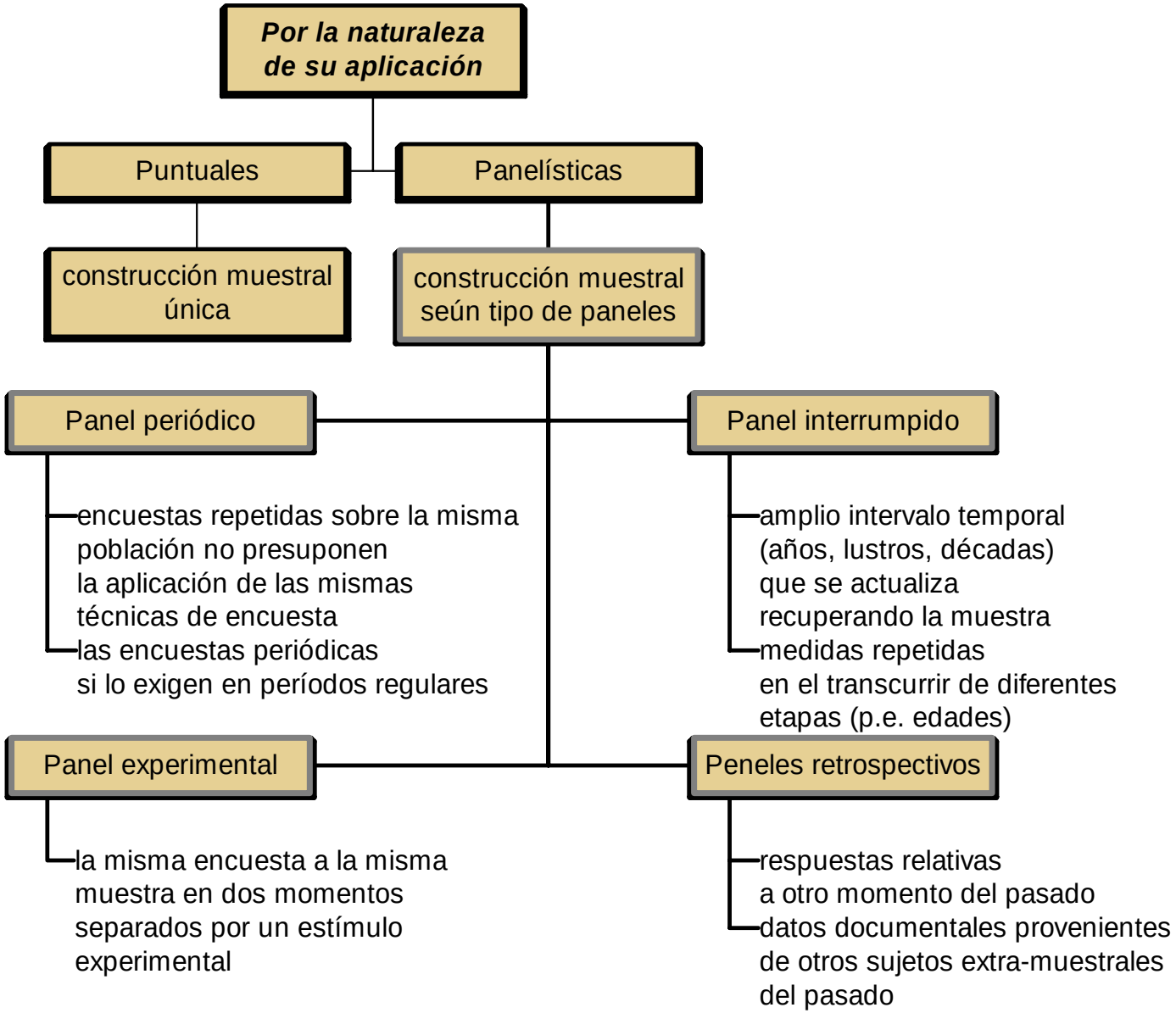
Encuestas según forma de aplicación: la encuesta telefónica


Encuesta Telefónica
uso de las guías telefónicas para la construcción muestral
muestreo sistemático
se cuantifica y atribuye un número o código a cada uno de los abonados según marco muestral
se elige al azar el primer teléfono del repertorio
se determina la secuencia de números teléfonicos
hasta completar el tamaño muestral requerido
RDD (random digit dialing)
una tabla de número aleatorios con las cifras variables
anteponiéndo a éstas, una vez realizadas las elecciones, los prefijos de las áreas telefónicas de la muestra geográfica
configuración del cuestionario
estructura piramidal del flujo de preguntas en filtro
no suele exceder los diez minutos
saludo-presentación del estudio
las preguntas dilemáticas o dicotómicas
reclutamiento y adiestramiento del equipo de aplicadores
ortofonía y eufonía de las voces
entrenamiento previo para dominio de instrucciones de aplicación y registro
La memorización de cada uno de los códigos facilita la fluidez necesaria
planificación de llamadas
determinación de segmentos horarios, en determinados días
número de llamadas por encuestador
número de intentos para cada uno de los teléfonos seleccionados
cómo registrar las llamadas fallidas (no descuelga o la aplaza) y sustituirlas en la muestra
ejecución de las entrevistas
Seguimiento de instrucciones
Entrevistador neutral, comunicativo, afable, con reflejos
anotar intentos, incidencias y registro de datos
registro y tabulación
Anotación en cuestionarios impresos o grabación directa
en el curso de la entrevista
tratamiento informático
representatividad de los resultados
ajuste mediante poderación o, en su caso, rectificación muestral
en pre-test de productos
en cuestionario coincidental
en cuestionario de recuerdo
en panel telefónico

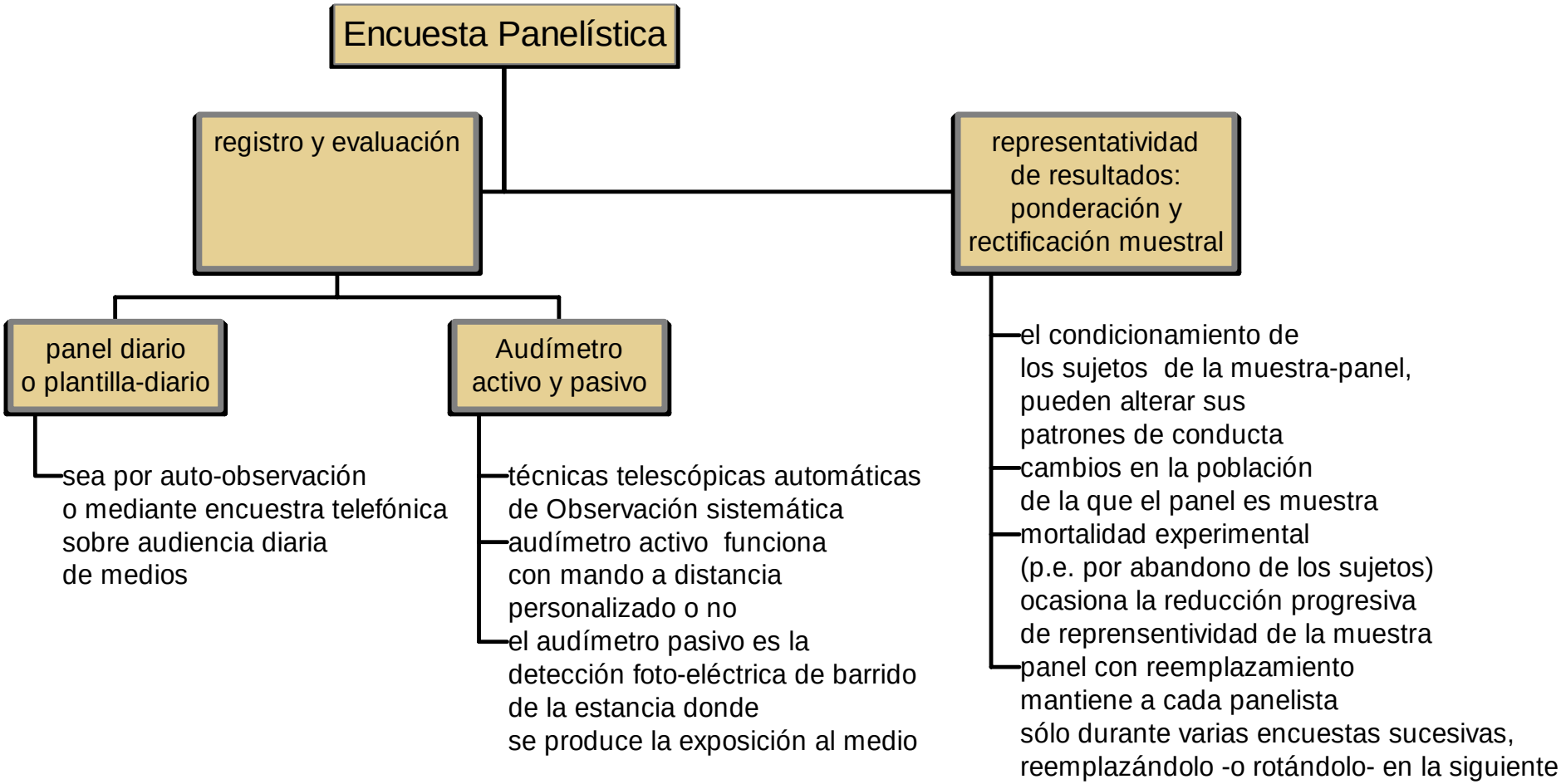
Encuestas según forma de aplicación: la encuesta informática


Encuesta Informática
Versión de la entrevista personal
entrevistador usa un portátil para registrar las respuestas in situ sobre una base de datos preparada
cuestionario autocumplimentado por el entrevistado y transmitido mediante el correo electrónico
Versión de la encuesta postal
se manda un disco, o la base de datos a través de Internet que contiene el cuestionario para ser autocumplimebtado
o bien .el uso del correo electrónico en los sistemas CAPI mediante modem
Versión de la entrevista telefónica
Sistemas CATI, (Computerized Assisted Telephone Interviews) para registrar las respuestas telefónicas en las bases de datos
Versión de encuesta por paneles
suministrando a los panelistas el ordenador personal como el sistema de conexión a la red telefónica

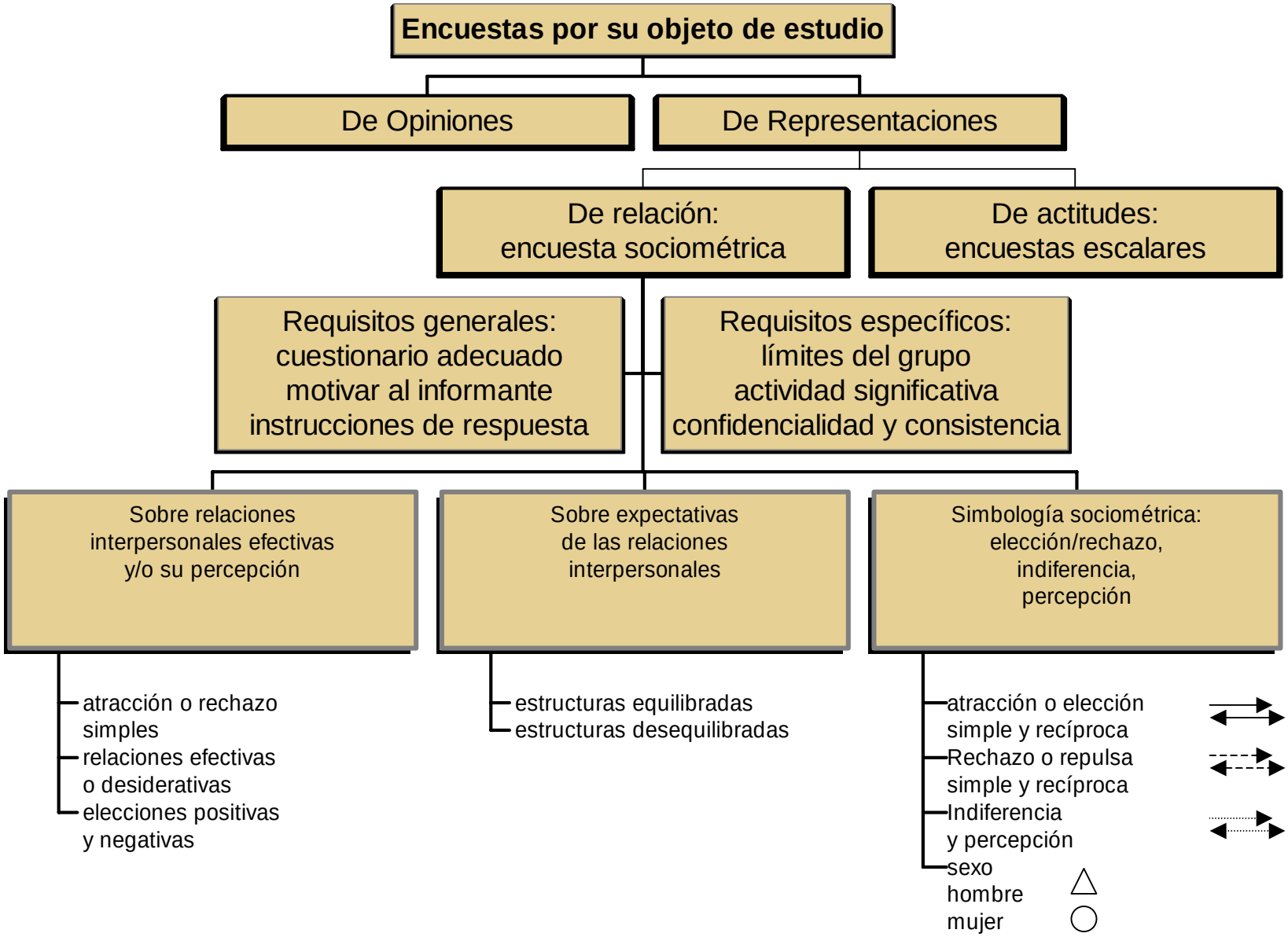
Encuestas por naturaleza de aplicación: puntual y panel


Por la naturaleza de su aplicación
Puntuales
Panelísticas
construcción muestral única
construcción muestral seún tipo de paneles
Panel periódico
Panel interrumpido
encuestas repetidas sobre la misma población no presuponen la aplicación de las mismas técnicas de encuesta
las encuestas periódicas si lo exigen en períodos regulares
amplio intervalo temporal (años, lustros, décadas) que se actualiza recuperando la muestra
medidas repetidas en el transcurrir de diferentes etapas (p.e. edades)
Panel experimental
Peneles retrospectivos
la misma encuesta a la misma muestra en dos momentos separados por un estímulo experimental
respuestas relativas a otro momento del pasado
datos documentales provenientes de otros sujetos extra-muestrales del pasado

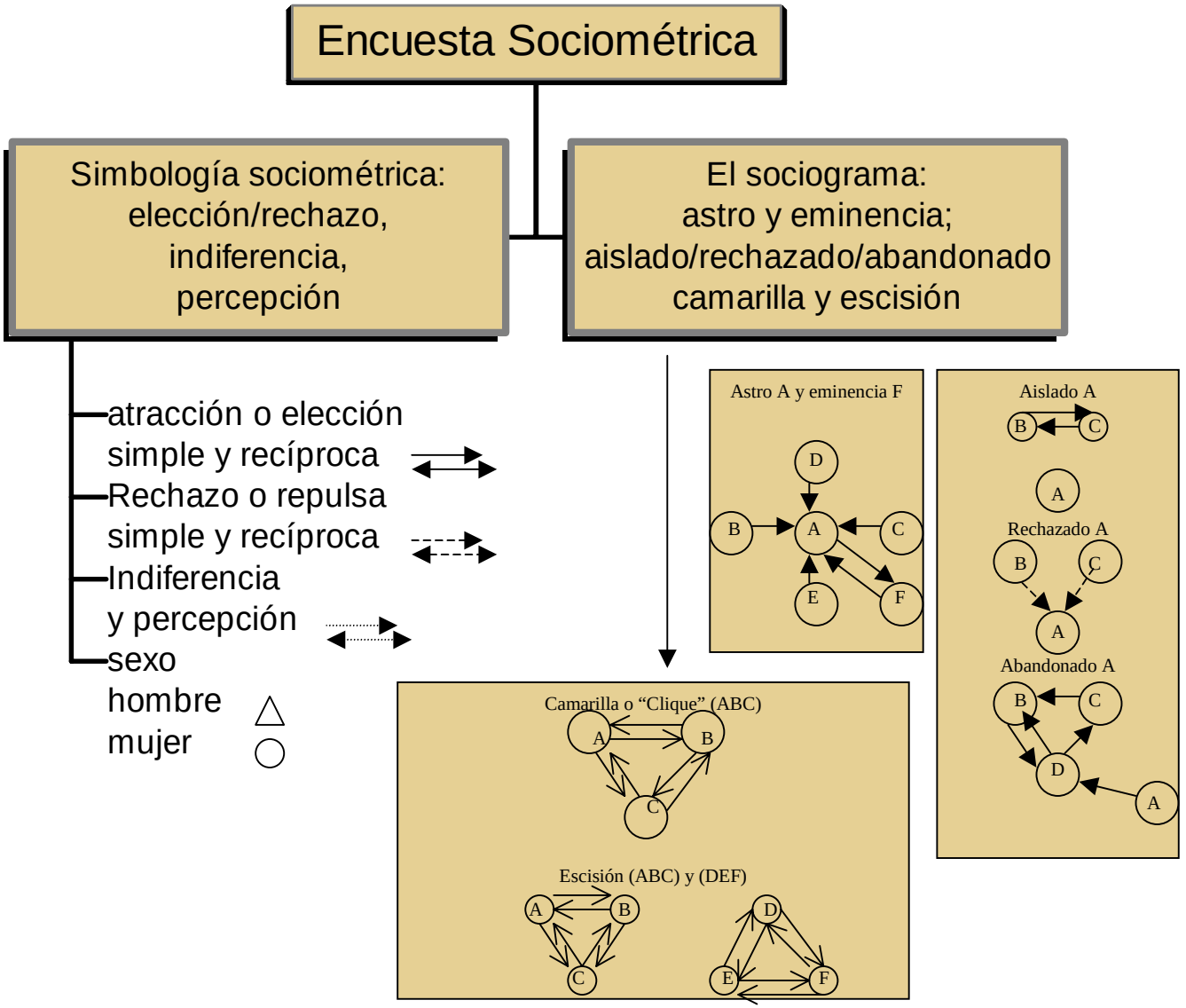
Encuestas panelísticas:registro, evaluación y resultados


Encuesta Panelística
registro y evaluación
representatividad de resultados: ponderación y rectificación muestral
panel diario o plantilla-diario
Audímetro activo y pasivo
sea por auto-observación o mediante encuestra telefónica sobre audiencia diaria de medios
técnicas telescópicas automáticas de Observación sistemática
audímetro activo funciona con mando a distancia personalizado o no
el audímetro pasivo es la detección foto-eléctrica de barrido de la estancia donde se produce la exposición al medio
el condicionamiento de los sujetos de la muestra-panel, pueden alterar sus patrones de conducta
cambios en la población de la que el panel es muestra
mortalidad experimental (p.e. por abandono de los sujetos) ocasiona la reducción progresiva de reprensentividad de la muestra
panel con reemplazamiento mantiene a cada panelista sólo durante varias encuestas sucesivas, reemplazándolo -o rotándolo- en la siguiente

Encuestas por su objeto de estudio: opiniones y representaciones


Encuestas por su objeto de estudio
De Opiniones
De Representaciones
De relación: encuesta sociométrica
De actitudes: encuestas escalares
Requisitos generales: cuestionario adecuado motivar al informante instrucciones de respuesta
Requisitos específicos: límites del grupo actividad significativa confidencialidad y consistencia
Sobre relaciones interpersonales efectivas y/o su percepción
Sobre expectativas de las relaciones interpersonales
Simbología sociométrica: elección/rechazo, indiferencia, percepción
atracción o rechazo simples
relaciones efectivas o desiderativas
elecciones positivas y negativas
estructuras equilibradas
estructuras desequilibradas
atracción o elección simple y recíproca
Rechazo o repulsa simple y recíproca
Indiferencia y percepción
sexo
hombre
mujer

Encuestas sociométricas:el sociograma



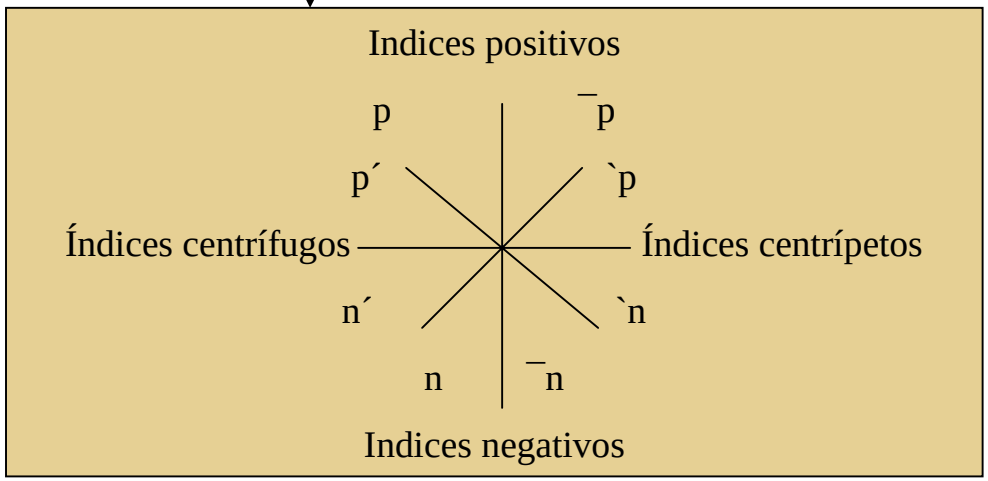
Encuestas sociométricas:los índices sociométricos

Encuesta Sociométrica

Indices sociométricos
p=elecciones, n=rechazos
¯p;¯n,=recibidos
`p;`n; p´;n´;= desde o hacia el sujeto

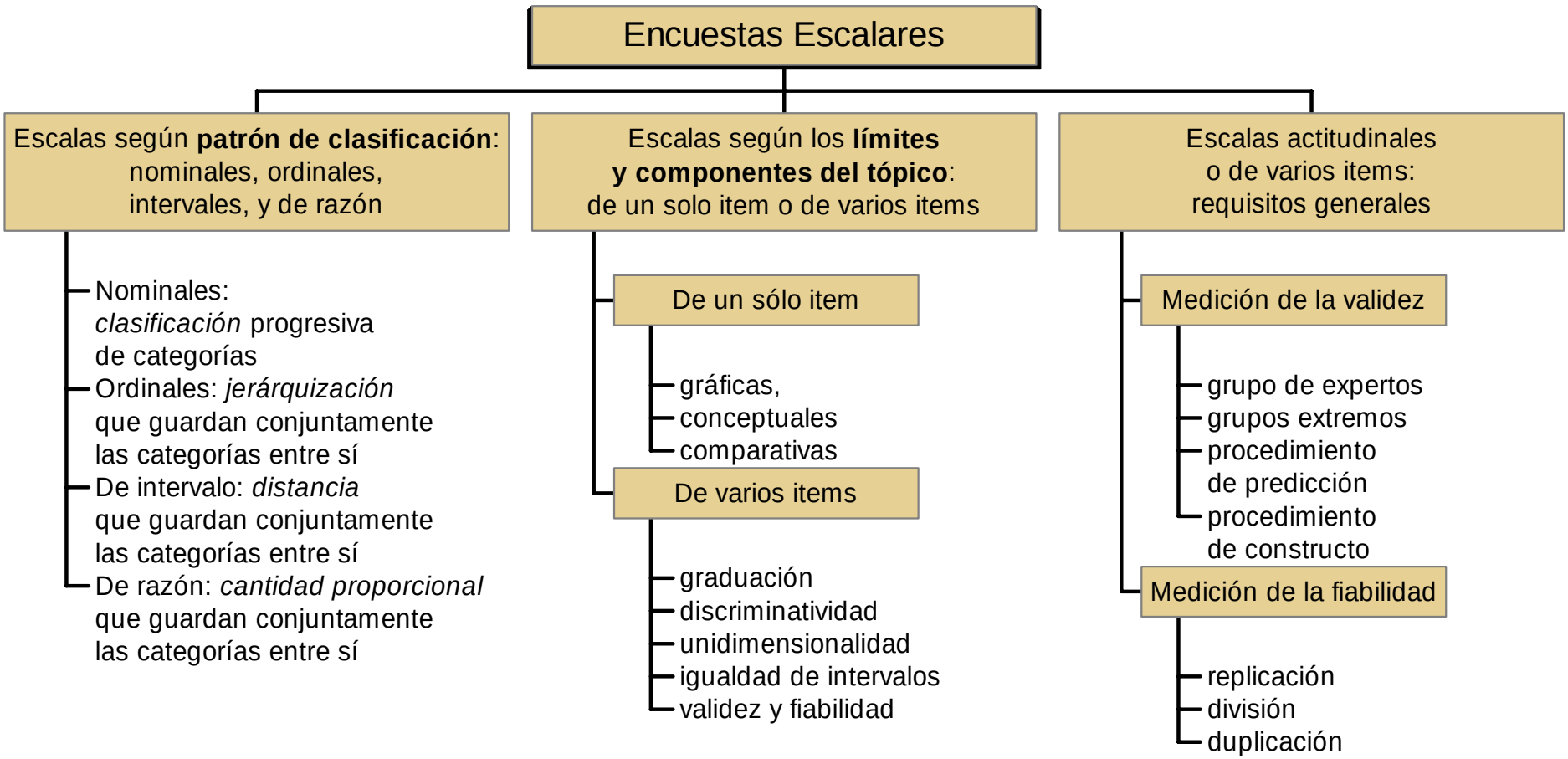
La sociomatriz
Status: $(\Sigma\bar{}p/\Sigma\mu-1)-(\Sigma\bar{}n/\Sigma\mu-1)$
Expansión: $(\Sigma p/\Sigma\mu-1)+(\Sigma n/\Sigma\mu-1)$
μ= miembros del grupo

Sociomatriz simple y compleja
eje. de sociomatriz simple:

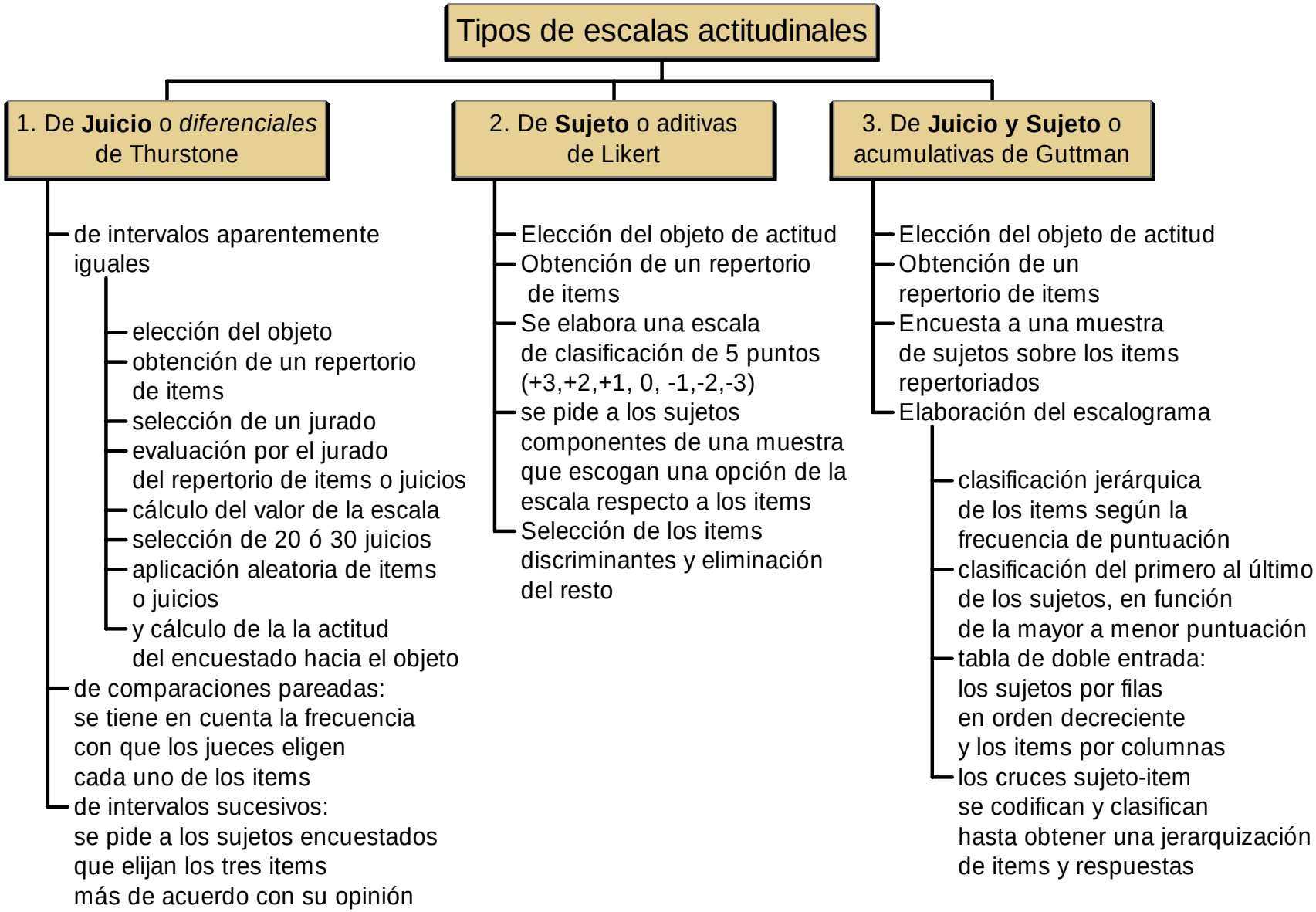


	Sujeto elegido				
Sujeto elector		1	2	3	4
	1				
	2				
	3				
	4				

Encuestas para medir representaciones: las encuestas escalares


Encuestas Escalares
Escalas según **patrón de clasificación**: nominales, ordinales, intervales, y de razón
Escalas según los **límites y componentes del tópico**: de un solo item o de varios items
Escalas actitudinales o de varios items: requisitos generales
Nominales: *clasificación* progresiva de categorías
Ordinales: *jerárquización* que guardan conjuntamente las categorías entre sí
De intervalo: *distancia* que guardan conjuntamente las categorías entre sí
De razón: *cantidad proporcional* que guardan conjuntamente las categorías entre sí
De un sólo item
gráficas,
conceptuales
comparativas
De varios items
graduación
discriminatividad
unidimensionalidad
igualdad de intervalos
validez y fiabilidad
Medición de la validez
grupo de expertos
grupos extremos
procedimiento de predicción
procedimiento de constructo
Medición de la fiabilidad
replicación
división
duplicación

Encuestas para medir representaciones: las encuestas de actitudes


Tipos de escalas actitudinales
1. De **Juicio** o *diferenciales* de Thurstone
de intervalos aparentemente iguales
elección del objeto
obtención de un repertorio de items
selección de un jurado
evaluación por el jurado del repertorio de items o juicios
cálculo del valor de la escala
selección de 20 ó 30 juicios
aplicación aleatoria de items o juicios
y cálculo de la la actitud del encuestado hacia el objeto
de comparaciones pareadas: se tiene en cuenta la frecuencia con que los jueces eligen cada uno de los items
de intervalos sucesivos: se pide a los sujetos encuestados que elijan los tres items más de acuerdo con su opinión
2. De **Sujeto** o aditivas de Likert
Elección del objeto de actitud
Obtención de un repertorio de items
Se elabora una escala de clasificación de 5 puntos (+3,+2,+1, 0, -1,-2,-3)
se pide a los sujetos componentes de una muestra que escogan una opción de la escala respecto a los items
Selección de los items discriminantes y eliminación del resto
3. De **Juicio y Sujeto** o acumulativas de Guttman
Elección del objeto de actitud
Obtención de un repertorio de items
Encuesta a una muestra de sujetos sobre los items repertoriados
Elaboración del escalograma
clasificación jerárquica de los items según la frecuencia de puntuación
clasificación del primero al último de los sujetos, en función de la mayor a menor puntuación
tabla de doble entrada: los sujetos por filas en orden decreciente y los items por columnas
los cruces sujeto-item se codifican y clasifican hasta obtener una jerarquización de items y respuestas

Encuestas para medir representaciones: las encuestas de evaluación de Osgood

Escalas evaluativas de Osgood

- **La aserción evaluativa**
  - Selección de enunciados donde aparece el OA (Objeto de Actitud)
  - Se repertorian tres tipos de columnas de valores Conectores, Evaluadores y (Conectores.× Evaluadores)
  - Atribución de valores (entre +3 y -3) para el Conector y el Evaluador
  - evaluación del conjunto: $\Sigma (C \times E) / \Sigma C$
- **El diferencial semántico**